

KREDIBILITAS PRESENTER BERITA TV LOKAL

(Studi Deskriptif Kuantitatif Mengenai Kredibilitas Presenter Berita
pada TV Lokal JTV Surabaya)

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal 24 Desember 2013

SKRIPSI



Oleh :

MELIANA BOUTY

NPM. 0943010253

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA

2013

KREDIBILITAS PRESENTER BERITA TV LOKAL
(Studi Deskriptif Mengenai Kredibilitas Presenter Berita
pada TV Lokal Surabaya)

Disusun Oleh :

MELIANA BOUTY
NPM. 0943010253

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si
NPT. 3 7006 94 00351

Mengetahui

D E K A N

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NPT. 195507181983022001

KREDIBILITAS PRESENTER BERITA TV LOKAL
(Studi Deskriptif Kuantitatif Mengenai Kredibilitas Presenter Berita
pada TV Lokal Surabaya)

Oleh :
MELIANA BOUTY
NPM. 0943010253

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal 24 Desember 2013

Pembimbing Utama

Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si
NPT. 3 7006 94 00351

Tim Penguji :

1. Ketua

Ir. Didiek Tranggono, M. Si
NIP. 195812251990011001

2. Sekretaris

Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si
NPT. 3 7006 94 00351

3. Anggota

Dra. Diana Amelia, M. Si
NIP 19630907 199103 2001

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NPT. 195507181983022001

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT atas karunia dan hidayahnya kepada penulis, sehingga skripsi dengan judul “KREDIBILITAS PRESENTER BERITA TV LOKAL” (Analisis Deskriptif Mengenai Kredibilitas Presenter Berita pada TV Lokal JTV Surabaya) dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si selaku Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual maupun materiil. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-sebesarnya kepada :

1. Allah SWT, pemilik roh dan seluruh kehidupan lahir dan batin, atas ijinnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, serta Nabi Muhammad SAW, sosok idola yang member inspirasi, panutan dan makna dalam kehidupan.
2. Prof. DR. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Dra. Ec. Hj. Suparwati, M. Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Juwito, M.Si., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur.

5. Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jatim, sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak membantu penulis dalam proses menyelesaikan Skripsi, baik petunjuk, bimbingan, dorongan dan doa-nya.
6. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi maupun Staf Karyawan FISIP hingga UPN “Veteran” Jatim.
7. Abbiy, Ummy dan kakak, adik serta keluarga besar Bouty yang telah member doa, dorongan, semangat dan selalu membantu menyajikan kopi saat penulis mengerjakan penelitian ini.
8. Wanita – wanita Superku, Ries Damayanti, Nita Setiabudi, Ajeng Retna, Jennifer Zefanya, Dyah Anjarsari, Harlin Oktavianti, Andi Afdilla, Adisty Machmudah, Elshacha, Fenny, Fiyna, Rara, dan kawan – kawanlainnya.
9. Lelaki hebatku ,Mirza, Awal, Fawji, Evan, Erick, Kak Jilly, dan lainnya.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Akhirnya, dengan segala keterbatasan yang penulis miliki semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya dan penulis pada khususnya.

Surabaya, 09 Desember 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	10
1.2. Perumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	12
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Landasan Teori	14
2.2.1. Pengertian Komunikasi	14

2.2.2. Unsur – Unsur dalam Proses Komunikasi	16
2.2.3. Faktor Penunjang Komunikasi Efektif	16
2.2.4. Komunikasi Non Verbal	18
2.2.5. Tujuan Komunikasi	18
2.2.6. Gangguan Komunikasi	19
2.3. Komunikasi Massa	20
2.3.1. Ciri – cirri Komunikasi Massa	21
2.3.2. Media Massa	23
2.3.3. Televisi	23
2.4. Program Berita	24
2.4.1. Acara Langsung	24
2.5. Presenter	25
2.5.1. Presenter Berita	27
2.5.2. Komunikasi NonVerbal Presenter Berita	29
2.5.3 Vokal Presenter Berita	32
2.6. Komunikator	33
2.6.1. Model Aristoteles	35
2.6.2. Kredibilitas.....	38
2.7. Kerangka Berpikir	41
 BAB III. METODE PENELITIAN	 44
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	44
3.1.1. Definisi Operasional	44

3.1.2. Pengukuran Variabel	53
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	53
3.2.1. Populasi.....	53
3.2.2. Sampel	54
3.2.3. Teknik Penarikan Sampel	55
3.3. Teknik Pengumpulan Data	56
3.4. Metode Analisis Data	57
 BAB IV.HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 59
4.1. Gambaran Obyek Penelitian dan Penyajian Data	59
4.1.1. Deskripsi JTV Surabaya	59
4.1.1.2. Visi dan Misi JTV Surabaya	65
4.1.2. Penyajian Data	66
4.1.2.1. Identitas Responden	66
4.1.2.2. Deskripsi Variabel Kredibilitas Presenter Berita	74
4.2. Analisis Data	111
4.2.1. Analisis Indikator Kemampuan Presenter	111
4.2.2. Analisis Indikator KepercayaanPemirsa	114
4.2.3. Analisis Indikator Dinamisme Presenter	117
4.2.4. Analisis Variabel Kredibilitas Presenter	119

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	131
5.1. Kesimpulan	131
5.2. Saran	133
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN	136

ABSTRAKSI

MELIANA BOUTY, KREDIBILITAS PRESENTER BERITA TV LOKAL
(Studi Deskriptif Kuantitatif mengenai kredibilitas presenter berita pada TV Lokal JTV Surabaya)

Pada tahun 80-an, penyajian program berita televisi sekedar membacakan berita. Namun, saat memasuki era 90-an Presenter berita memiliki tuntutan kemampuan yang lebih dalam membawakan program berita. Diantaranya, memiliki keahlian dalam menggunakan berbagai bahasa, menterjemahkan gambar, skill wawancara narasumber, manajemen durasi, tidak terikat pada teks namun tidak mengubah informasi. Kredibilitas yang tinggi dapat meyakinkan penonton mengenai informasi yang disampaikan.

Penelitian ini menggunakan variabel kredibilitas menggunakan model aristoteles yang terdiri daritiga indikator : kemampuan presenter berita, kepercayaan pemirsadan dinamisme presenter berita. Pengukuran variabel menggunakan skala pengukuran rating-scale. Metode analisis data yang digunakan adalah editing atau seleksi angket, coding, dan tabulating.

Berdasarkan hasil analisis yang dapat diketahui Variabel kredibilitas diperoleh 67% menyatakan presenter berita JTV Surabaya memiliki kredibilitas yang sangat tinggi bagi khalayak.

Kata Kunci :Model Aristoteles, Kredibilitas, Presenter Berita

ABSTRACT

MELIANABOUTY, CREDIBILITY LOCAL TV NEWS PRESENTER
(Quantitative Descriptive Study about Credibility of the Local TV News Presenter JTV Surabaya).

In the 80s, the presentation of television news programs just read the news. However, upon entering the era of the 90s have news presenter demands a greater ability to bring news program. Among them, have expertise in using different languages, translate drawings, skill informant interviews, duration management, not tied to the text but does not change the information. High credibility to convince the audience of the information submitted .

This study uses a model variable using Aristotle credibility consisting of three indicators : news presenter ability, confidence and dynamism viewers news presenter. Measurement variables using rating- scale measurement scale. Data analysis methods used are editing or selection questionnaire, coding and tabulating.

Based on the results of the analysis can be known variable credibility gained 67 % said the news presenter JTV Surabaya has very high credibility to the audience.

Key Words:ModelsAristoteles, Credibility, NewsPresenter

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media televisi kini menjadi kebutuhan pokok bagi kehidupan manusia. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Wirodono (2005), bahwa penetrasi media televisi mencapai 90,7%, sedangkan jenis media lain seperti radio mencapai 39%, surat kabar 29,8%, majalah 22,4%, internet 8,8% dan orang menonton bioskop 15%.

Televisi pertama di Indonesia adalah Televisi Republik Indonesia yang mulai beroperasi pada tanggal 17 Agustus 1962. Pada saat itu, sistem pengembangan televisi di Indonesia berdasarkan 3 pilar utama, yaitu : TVRI (pemerintah), Televisi Swasta, dan TV Pendidikan. Namun dominasi tersebut pudar seiring dengan dikeluarkannya ijin pendirian televisi swasta.

Televisi lokal mulai mempunyai harapan saat Undang - Undang No. 32 Tahun 2002 Penyiaran diluncurkan pada 28 November 2002. Peraturan ini memberi pengakuan hukum atas eksistensi lembaga penyiaran lokal, baik swasta, komunitas, maupun publik. Bahkan, ada satu klausul yang membatasi siaran televisi nasional dengan mengharuskannya berjaringan dengan televisi - televisi lokal (Sudibyo, 2004: 102). Seiring lahirnya Undang - Undang tersebut, TV lokal mulai mengudara.

Tujuan UU ini adalah mengatur tentang Sistem Siaran Berjaringan untuk meletakkan pondasi bagi sistem desentralisasi penyiaran, yaitu memberikan keleluasaan untuk pembangunan ekonomi, kesejahteraan masyarakat di daerah, juga agar tidak terkonsentrasi dipusat (Setiakarya, 2008).

Kota Surabaya adalah ibu kota Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Suku Jawa adalah suku mayoritas (83,68%), tetapi Surabaya juga menjadi tempat tinggal berbagai suku bangsa di Indonesia, termasuk suku Madura (7,5%), Tionghoa (7,25%), Arab (2,04%), dan sisanya merupakan suku bangsa lain seperti Bali, Batak, Bugis, Manado, Minangkabau, Dayak, Toraja, Ambon, dan Aceh atau warga asing. Sebagai kota metropolitan, Surabaya menjadi pusat kegiatan perekonomian di daerah Jawa Timur dan sekitarnya. Banyak perusahaan besar yang berkantor pusat di Surabaya, seperti PT Sampoerna Tbk, Maspion, Wing's Group, Unilever, Pakuwon Group, Jawa Pos Group dan PT PAL.

Menurut Morissan (2008), segmentasi khalayak atau audien adalah suatu strategi untuk memahami struktur audiens. Dengan adanya segmentasi ini, maka khalayak yang dituju akan lebih spesifik. Program yang disajikanpun bisa tepat sasaran, sehingga masyarakat merasakan adanya proximity atau kedekatan dan rasa memiliki terhadap program yang disajikan. Pemetaan khalayak TV lokal termasuk dalam geodemografis, yang merupakan gabungan dari demografis dan geografis maka dalam masyarakat terdapat adanya kebutuhan yang sama dalam hal informasi mengenai daerahnya sendiri, baik itu berupa berita, kebudayaan, hiburan, dan sebagainya. Hal ini senada dengan Shrimp (2003 : 149), bahwa dasar dari geodemografis adalah orang-orang yang menetap di area yang sama,

misalnya tetangga atau dalam zona kode area, juga memiliki persamaan dalam demografi dan gaya hidup.

Sebagai lembaga penyiaran publik maka dalam penyiarannya, TV Lokal Surabaya harus menggunakan empat prinsip dasar penyiaran yang berdasar pada UU Penyiaran No.32 / 2002 yaitu bersifat independen, netral, tidak komersil, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Independen berarti tidak tergantung pada pemerintah atau pihak lain dan tidak dipengaruhi oleh pihak lain. Sedangkan netral bisa berarti dalam menjalankan fungsi penyiarannya lepas dari keberpihakan pihak manapun (berfungsi sebagai fasilitator / mediator). Tidak komersial bisa dipahami TV lokal Surabaya beroperasi tidak semata - mata mencari keuntungan namun lebih menguntungkan peningkatan layanan masyarakat.

Dalam fungsinya sebagai lembaga penyiaran publik, TV lokal Surabaya mempunyai tugas memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial. Selain itu juga melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat yang menjangkau seluruh wilayah NKRI. Target TV lokal Surabaya ingin membuka ruang publik dengan memberikan hak memperoleh informasi yang benar dan menyampaikan pendapat umum atau aspirasi bagi masyarakat sehingga menempatkan masyarakat sebagai pemilik TV lokal. Sebagai media penyiaran, produk yang dijual oleh TV lokal adalah program acara yang mengusung nilai - nilai lokalitas Jawa Timur.

Kota Surabaya juga memiliki beberapa stasiun TV siaran lokal (Sumber : id.wikipedia.org/wiki/kota_surabaya), yaitu : TVRI Jawa Timur, Arek TV,

Kompas TV, Jawa Pos TV (JTV), SBO TV, Surabaya TV, TV Edukasi, MN TV (B-Channel), BBS TV, MH TV (Medical & Health TV), TV 9, dan TV Anak Spacetoon

Dari beberapa TV Lokal Di Surabaya, JTV Surabaya merupakan salah satu stasiun televisi yang penyiarannya sesuai dengan Undang - Undang No. 32 Tahun 2002 yang ditetapkan pada tanggal 28 November 2002. Stasiun Televisi Jawapos (JTV) merupakan sebuah stasiun TV swasta lokal dengan moto “Seratus Persen Jawa Timur”, berdiri sejak tanggal 8 November 2001 di Kota Surabaya, Jawa Timur. JTV membuat stasiun-stasiun TV lokal JTV langsung di kesembilan pemancar relaynya plus satu TV lokal. JTV melangkah bahkan sudah melampaui Televisi dari Jakarta yang sebenarnya mampu melakukan hal yang sama. Bahkan, ada beberapa TV Nasional yang hanya memiliki satu TV lokal di Surabaya tanpa menjadikannya se - provinsi, dan tidak punya TV lokal di kota lain.

JTV adalah televisi swasta regional pertama di Indonesia sekaligus yang terbesar hingga saat ini. Jangkauan JTV meliputi hampir seluruh provinsi Jawa Timur secara terrestrial, juga bisa diterima diseluruh Indonesia, Malaysia, Brunei Darussalam, Filipina dan sebagian Australia melalui parabola Satelit Telkom 1 freq 4096 symbol rate 3125 horizontal, TV cable TelkomVision dan Kabelvision Surabaya CH 30. Jaringan Lokal JTV Surabaya adalah JTV Malang (awalnya bernama JBTv), JTV Madiun, JTV Jember, JTV Madura, JTV Situbondo, JTV Banyuwangi, JTV Bojonegoro, JTV Kediri, JTV Pacitan, Citra TV (TV lokal asli Lamongan). Hampir semua TV lokal milik JTV sudah memiliki standar produksi yang cukup tinggi untuk peraturan yang baru dibuat oleh pemerintah itu.

Di Jawa Timur sendiri, JTV merupakan media yang banyak ditonton oleh masyarakat. Menurut Fatekhul Mujib, M.Si, peneliti Republik Institut, JTV termasuk televisi lokal yang fenomenal karena ditonton oleh lebih dari 57% masyarakat Jawa Timur. Beragam Program acara dikemas secara menarik dengan mengusung nilai lokal. Program berita Pojok Kampung memperoleh penghargaan dari Surabaya Heritage pada Senin (7/7) di JTV. "Penghargaan itu bisa dikatakan salah satu pembuktian bahwa Pojok Kampung adalah aset Jawa Timur dan JTV Surabaya sangat mengedepankan konten budaya kelokalan. Kehadiran stasiun televisi lokal diharapkan dapat mengangkat budaya dan kearifan lokal (local genius) yang hidup dan berkembang di masyarakat, sehingga akan terjadi proses pembelajaran dan penanaman nilai-nilai (positif) budaya setempat untuk mempertahankan eksistensinya serta mengembangkan reputasi sebagai salah satu stasiun televisi lokal yang terkemuka.

Komunikasi yang tepat bukan hanya komunikasi yang melibatkan komunikator dan komunikan sebagai pemberi dan penerima pesan, namun juga bagaimana seorang komunikan dapat menafsirkan pesan yang disampaikan oleh komunikator serta bagaimana seorang komunikator dapat menyampaikan pesan yang dimengerti oleh komunikan. Seperti dikemukakan oleh Thomas M. Scheidel, bahwa berkomunikasi adalah untuk menyatakan dan mendukung identitas diri untuk membangun kontak sosial dengan orang di sekitar dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berfikir atau berperilaku seperti yang kita inginkan (Mulyana, 2007:4).

Di era tahun 80-an, program berita mempunyai banyak peminat karena berbagai informasi berita dapat disaksikan oleh masyarakat di seluruh dunia secara langsung melalui siaran berita televisi. Pada masa dimana masyarakat dunia saat ini semakin global maka program berita pun memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Baik stasiun televisi lokal maupun internasional, menyajikan berbagai peristiwa-peristiwa penting yang menarik bagi pemirsanya. Berita adalah laporan tentang peristiwa atau pendapat yang memiliki nilai penting, menarik bagi sebagian khalayak, masih baru dan dipublikasikan melalui media massa.

Dalam industri pertelevisian, bukan hanya isi berita yang menentukan tingkat ketertarikan pemirsa untuk menyaksikan program berita suatu stasiun televisi. Diantaranya adalah diperlukan tampilnya seorang penyiar berita dengan daya tarik yang tinggi untuk menyampaikan berita pada pemirsa. Oleh karena itu, berbagai stasiun televisi dalam usaha menarik perhatian pemirsa untuk menyaksikan siaran berita tidak cukup hanya dengan pengemasan paket berita yang baik, tetapi juga harus menampilkan penyiar yang memiliki kredibilitas tinggi.

Hal tersebut dikarenakan, presenter berita merupakan salah satu tenaga profesional di industri penyiaran televisi yang menempati peran sangat vital dan menjadi tolok ukur menilai citra televisi di mata masyarakat. Sehingga untuk menjadi presenter berita harus memperhatikan banyak hal, modal utamanya adalah kredibilitas. Menurut presenter talkshow Tina Talisa, dalam acara workshop How to be a Great News Anchor yang diselenggarakan di gedung UC

UGM. Pengetahuan yang luas sangat penting karena kita tidak bisa menyampaikan informasi kepada pemirsa televisi, jika wawasan sempit atau terbatas. Dalam hal ini, yang dibutuhkan tidak hanya keterampilan seorang reporter yang ahli dalam menggali sebuah berita, tetapi juga kemampuan seorang penyiar berita dalam menyampaikan berita itu.

Kredibilitas presenter berita dapat dinilai dari kepribadiannya. Setelah hal itu dipenuhi barulah komposisi wajah yang dipertimbangkan. Tentunya bentuk wajah yang good looking (camera face) baik in - frame maupun out - frame. Wajah tampan dan cantik para presenter berita menjadi nilai plus yang membuat pemirsa menantikan kehadiran mereka di depan televisi. Tidak dipungkiri, hal itu pula yang membuat para pembawa berita menjadi selebriti baru di layar kaca dan bahkan bisa disandingkan dengan selebriti dunia hiburan. Keduanya memiliki penggemar fanatik yang jumlahnya bisa puluhan ribu bahkan ada juga yang memberikan perhatian khusus kepada pembawa berita dengan membuat blog khusus yang berhubungan dengan aktivitas dan penampilan news presenter <http://newsanchoradmirer.wordpress.com>, dengan tag mereka : blog komunitas fans news person. Sebagian besar pembawa berita dari semua televisi swasta mendapat tempat di sini. Tidak hanya mengomentari penampilan, bahkan pemilik blog juga tahu jika ada baju yang dipakai oleh presenter A dan B sama dalam satu hari, selain itu juga memasukkan artikel – artikel yang berhubungan dengan profil news presenter tersebut. Ada juga blog <http://presentercantik.blogspot.com> yang lebih fokus pada presenter berita yang dianggap cantik dan berprestasi bagi pemilik blog tersebut.

Selain itu, kredibilitas berhubungan dengan gaya penyajian berita oleh presenter berita yang juga memainkan peranan penting menyampaikan berita. Setiap stasiun televisi memiliki karakteristik masing-masing yang diharapkan dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan masyarakat akan berita yang disampaikan. Presenter berita televisi, kini telah memasuki era komunikator dan meninggalkan zaman announcer (Hausman, 2003:13). Menurut Carl Hausman, Lewis N. O'Donnel dan Philipe Benoit dalam bukunya *Announcing – Broadcast Communicating Today*, On-air performer tidak hanya sekedar mengumumkan sesuatu melainkan menghibur, bertutur, memberi informasi sekaligus menjadi teman dan tidak lagi mengumumkan sesuatu dengan cara yang terlalu resmi dan bergaya seperti masa lalu.

J.B. Wahyudi (1996) dalam bukunya *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi* mengatakan, seiring dengan gelombang perubahan yang terjadi di Indonesia membawa nuansa lain bagi pertelevisian di Indonesia. Sebelum terjadi reformasi (gelombang perubahan) berbagai informasi yang disajikan terkesan kaku dan berjarak dengan penonton. Namun saat ini, news atau program berita seringkali disajikan dengan cara yang menghibur namun tetap terpercaya. Dengan gaya penyajian yang seperti itu, program news diharapkan membawa nuansa baru yang bisa lebih diterima masyarakat.

Sesuai dengan Dosen Jurusan Komunikasi UGM, Nyarwi Ahmad yang mengatakan bahwa industri pertelevisian adalah panggung pertunjukan, karena itu siapapun yang tampil haruslah menarik, atraktif dan mampu memikat masyarakat.

Untuk itu, siapa saja dan apapun materi yang ditampilkan di dalam dunia televisi, haruslah dipersiapkan dengan maksimal.

Menurut pengamat media dan komunikasi, Tomy Satryatomo, Peralatan dan teknologi bisa mudah dibeli dengan cepat. Tetapi sumber daya manusia (SDM) berkualitas, baik di balik layar maupun di depan layar bukan perkara mudah. Ironisnya, banyak stasiun televisi baru bermunculan. Meski tak semua stasiun televisi baru mengkhususkan diri sebagai televisi berita, tetapi tetap butuh presenter berita yang memiliki jam terbang. Sebab, stasiun televisi tersebut ingin memperlihatkan diri memiliki SDM berkualitas saat menyampaikan berita.

Remaja ditahun 80-an tidak memiliki banyak pilihan, berita merupakan konsumsi orang tua yang mau tidak mau tetap ditonton oleh kalangan remaja. Dulu rasanya mereka biasa saja, baca berita ya memang harusnya seperti itu. Tetapi setelah masuk ke era 90-an, mulai ada stasiun televisi swasta. Acara berita mulai beragam dan presenter pun mulai banyak. Acara berita dikemas sedemikian rupa sehingga menjadi menarik dan karena persaingan segala aspek benar benar dibenahi. Banyak muka baru dan segar, gaya membawakan berita juga banyak inovasi. Presenter berita masa kini dituntut untuk dapat tampil cantik, cerdas, berani dan tangkas.

Bagi pemirsa, yang menarik dalam program berita saat ini adalah bagaimana para presenter itu tampil membawakan berita dengan sebaik mungkin dengan tetap mengindahkan kaidah kaidah jurnalistik. Banyak orang berpendapat, bahwa anda cantik maka jadilah artis, kalau anda cerdas jadilah manajer tetapi

kalau anda cantik dan cerdas maka jadilah presenter. Hal tersebut dikarenakan saat ini memiliki skill dan kemampuan yang unik dan tidak biasa yakni adanya penyajian program berita yang lebih bervariasi yakni tidak hanya membaca berita yang telah dikemas oleh scriptwriter tetapi juga memberikan informasi kepada pemirsa dengan segmen dialog. Pada segmen tersebut, produser mengundang narasumber untuk ber-interaksi dengan presenter secara langsung (tatap muka) dimana perbincangan keduanya sangat berguna dan bermanfaat bagi pemirsa. Ini adalah salah satu format penyajian yang dapat menarik perhatian pemirsa untuk mengikuti program berita tersebut. Stasiun TV Lokal juga mulai menggunakan format penyajian program berita dengan memberi segmen dialog dengan berbagai macam konsep sesuai dengan topik yang akan dibahas dan pemilihan narasumbernya pun harus sesuai dengan topik dialog tatap muka maupun dialog interaktif. Hal ini sangat penting untuk meyakinkan pemirsa agar menerima informasi tersebut dengan baik. Oleh karena itu, presenter berita masa kini harus memiliki tuntutan kemampuan yang lebih dalam membawakan program berita. Diantaranya, memiliki keahlian dalam menggunakan berbagai bahasa, menterjemahkan gambar, skill wawancara narasumber, manajemen durasi, juga skill wawancara commoner (wawancara dengan warga biasa, bukan narasumber ahli), tidak terikat pada teks namun tidak mengubah informasi, go with the flow (seolah-olah tahu kemana pembicaraan seseorang dan selalu bisa mengimbangnya), memiliki mimik wajah yang menyenangkan.

Hal inilah yang melatar belakangi penulis sehingga tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kredibilitas presenter berita TV Lokal JTV Surabaya.

1.2. Perumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut, maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut :

“Bagaimana kredibilitas presenter berita pada TV Lokal JTV Surabaya” ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan di atas, tujuan penelitian ini adalah :

“Untuk mengetahui bagaimana kredibilitas presenter berita pada TV Lokal JTV Surabaya”.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Secara akademis, penelitian ini dapat menambah khasanah pengetahuan dunia pertelevisian, khususnya tentang kredibilitas presenter berita TV Lokal JTV Surabaya.
2. Secara praktis, peneliti berharap dapat mendorong para peneliti lain untuk lebih meningkatkan inovasi baru dan mengembangkan kreativitas penelitian lebih lanjut agar mendapat manfaat yang lebih.

